

ПЕРСПЕКТИВЫ ИННОВАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ ПРОИЗВОДСТВА ХЛЕБОБУЛОЧНЫХ ИЗДЕЛИЙ

МИНЕЕВА Лариса Николаевна, Саратовский государственный аграрный университет имени Н.И. Вавилова

ГОРБУНОВ Сергей Иванович, Саратовский государственный аграрный университет имени Н.И. Вавилова

ВАСИЛЬЕВА Елена Васильевна, Саратовский государственный аграрный университет имени Н.И. Вавилова

АЛЁШИНА Елена Александровна, Поволжский научно-исследовательский институт экономики и организации АПК

Проанализировано современное состояние производства хлебобулочных изделий. Рекомендовано внедрение инновационных технологий для повышения качества выпекаемой продукции, улучшения потребительских свойств хлеба, повышения отдачи ресурсов, что позволит повысить конкурентоспособность предприятий на рынке. По мнению авторов, в хлебопекарной отрасли предприятия должны работать в направлении обновления ассортимента, в том числе расширять линейку диетических и профилактических хлебобулочных изделий, повышать качество и вкусовые достоинства продукции, внедрять инновационные проекты. Кроме того, конкурентоспособными предприятия делает возможность применения инноваций при производстве нетрадиционных видов хлебобулочной продукции обогащенной функциональными вкусовыми добавками. Одним из возможных направлений ускоренного инновационного развития в перспективе будет являться активизация интеграционных процессов на основе формирования зернопродуктовых кластеров.

Главной целью развития отрасли хлебопечения должно являться обеспечение потребностей населения в необходимом количестве и качестве хлебобулочной продукции. Современный уровень развития зернового хозяйства России позволяет обеспечивать производство необходимого количества хлеба, и даже экспортировать излишки зерна в страны ближнего и дальнего зарубежья. Однако ситуация с качеством выпускаемой продукции оставляет желать лучшего – большинство хлебобулочных изделий выпекаются из низших сортов зерновых, производственные технологии устарели, а новые методы производства допускают добавление в продукцию различных «улучшителей», искусственных добавок, красителей и т.д. Хлеб является продуктом повседневного потребления и одной из основ рациона населения, что позволяет напрямую увязывать проблемы низкого качества хлеба и здоровья всей нации, а соответственно безопасности страны. Изменить сложившуюся ситуацию возможно только при объединении усилий органов власти и частного бизнеса путем совершенствования как требований к качеству продукции, так и самих технологических процессов производства. Решение последней задачи по внедрению инноваций требует значительных инвестиций в модернизацию устаревших и изношенных производственных линий хлебокомбинатов.

Крупные хлебокомбинаты располагают значительными ресурсами – как финансовыми, так и трудовыми, необходимыми для внедрения в производство передовых инновационных технологий. Хлеб является социально значимым товаром повседневного спроса, а т.к. на рынке хлебобулочных изделий предпочтения покупателей достаточно консервативны, то особенно востребованы традиционные сорта хлебобулочных изделий. В последнее время наметилась тенденция к сокращению объемов потребления хлеба и хлебобулочных изделий, а снижение спроса влечет за собой соответствующее сокращение объемов производства (рис. 1). Данная тенденция может свидетельствовать, с одной стороны, о сокращении численности населения страны, а, с другой, – о повышении доходов населения и замещении в потребительской корзине доступных хлебобулочных изделий более дорогой мясной продукцией.

При этом продовольственный рынок, как известно, является высококонкурентным с большими производственными и сбытовыми рисками [11]. Кроме того, инвестиции в данное производство будут характеризоваться слишком долгим сроком возврата.

Хлебозаводы в России в настоящее время в основном применяют низкоэффективные технологии производства и имеют физически и



морально устаревшее оборудование, коэффициент износа которого за 2011–2015 гг. неуклонно увеличивался, достигнув порядка 50 % (см. таблицу).

Низкая эффективность деятельности хлебозаводов вызвана следующими причинами:

высокая энергоемкость оборудования, функционирующего по непрерывному циклу производства;

мощность оборудования рассчитана на большой суточный объем производства хлебобулочных изделий, что оказывается неэффективно при производстве малой партии в случае изменения спроса;

высокая зависимость от импортных комплектующих для оборудования и производственных компонентов ввиду значительных объемов производства;

отсутствие маркетинговой стратегии на хлебопекарных предприятиях, что приводит к низкой экономической эффективности (все имеющиеся ресурсы направляют на производственный процесс, при этом продвижение продукции не уделяется внимание, т.к. хлеб рассматривается в качестве социального продукта, который в рекламе не нуждается) [6].

Помимо вышеперечисленных причин снижению рентабельности производства хлебобулочных изделий, которая снизилась до 1,5 % (рис. 2), в нашей стране традиционно способс-

твовали рост цен на энергоносители и высокие цены на муку [9].

В результате, вследствие низкой рентабельности продаж в последние годы возрастает количество убыточных предприятий, что приводит к их разорению и сокращению общей численности на 15 % (рис. 3) [4]. Здесь следует отметить и высокое конкурентное давление со стороны малых цехов, пекарен «у дома», продукции собственного производства в крупных торговых центрах и сетевых магазинах, чему также способствует возможность производить хлеб из муки изготовленной по техническим условиям, что создает неравные конкурентные условия.

За последние годы существенно изменилась структура производства зерна, муки и хлеба, а также их качество и, соответственно, потребление.

В нашей стране из года в год снижаются объемы производства пшеницы третьего и более высоких классов, а та, что выращивается в Краснодарском, Ставропольском и Северокавказском регионах, в основном уходит на экспорт. При этом в настоящее время в России половина производимой муки никак не учитывается, т.к. изготавливается на кустарных линиях. Производители мучных изделий могут даже не знать о том, что им приходится работать с некачественным сырьем. При работе с низкокачественной мукой производители вынуждены применять улучшители вкуса и добавки, что приводит к возрастанию расходов и увеличению себестоимости хлебобулочных изделий. По подсчетам специалистов Союза мукомольных и крупяных предприятий, сейчас в России насчитывается около 7 тыс. производителей муки, а, для сравнения, в советский период их было всего 380 [5].

Необходимо законодательно обязать мукомольные предприятия проходить государственную регистрацию, а хлебозаводы – работать исключительно с поставщиками, прошедшими такую регистрацию [7]. Необходимо ужесточение соответствующих нормативных актов по качеству зернопродуктов и хлебобулочных изделий, усиление постоянного контроля на производстве и повышение ответственности

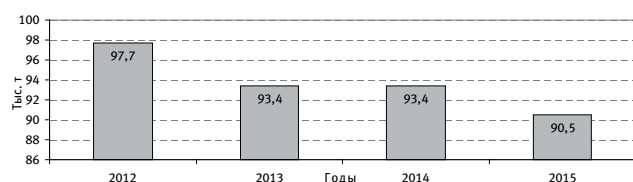


Рис. 1. Производство хлеба и хлебобулочных изделий в РФ в 2012–2015 гг., тыс. т [12]

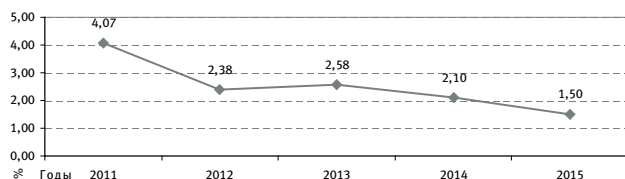


Рис. 2. Уровень рентабельности хлебопекарной промышленности в РФ в 2011–2015 гг. [12]

Состояние основных средств хлебопекарной промышленности РФ в 2011–2015 гг. [12]

Показатель	Год				
	2011	2012	2013	2014	2015
Основные средства на конец года, всего – остаточная стоимость, млн руб.	31 356	32 793	33 492	34 783	35 395
В том числе машины и оборудование, млн руб.	15 847	15 306	15 759	15 967	16 342
Коэффициент износа основных средств, всего, %	42,6	45,6	47,5	48,2	49,7
В том числе машин и оборудования, %	50,0	55,2	57,3	59,5	61,2
Полностью изношенные основные средства – полная учетная стоимость, млн руб.	4765	5806	7647	8095	9105



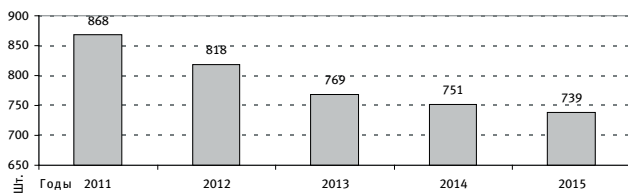


Рис. 3. Количество крупных и средних хлебокомбинатов в РФ, шт. [12]



Рис. 4. Объем инвестированных ресурсов в основной капитал в хлебопекарной промышленности в РФ, млн руб. [12]

недобросовестных производителей. Способствовать повышению качества производимой в России муки могут и государственные закупки качественного зерна для хлебопекарной отрасли [2].

За пятилетний период объем инвестиций в основной капитал хлебопекарной промышленности страны вырос всего на 12 %, а инвестиции в производство хлебобулочных и мучных кондитерских изделий недлительного хранения на 11 % (рис. 4). Таким образом, в сложившихся условиях невозможно ожидать роста производства высококачественных продуктов, отвечающих всем требованиям современных покупателей, то есть предприятия не смогут рассчитывать в будущем на дополнительную прибыль без капиталовложений в инновации.

В настоящее время инвестиции в хлебопекарную промышленность составляют приблизительно 6 % от стоимости товарной продукции. Большинство хлебопекарных предприятий не обладают достаточным объемом инвестиционных ресурсов. Около 75 % инвестиций предприятия финансируют сами за счет собственных средств, в то время как в среднем эта доля должна составлять не более 50 % [12]. При этом за последние 5 лет динамика коэффициента обеспеченности собственными оборотными средствами хлебопекарных предприятий России находится в зоне отрицательных значений, хотя и демонстрирует значительный рост в 9 раз (рис. 5). При этом оптимальное значение коэффициента, согласно распоряжению Федерального управления по делам о несостоятельности (банкротстве) от 12.08.1994 г. № 31-р, должно быть не ниже 0,1, а иначе можно признать структуру баланса не-

удовлетворительной и предприятие – неплатежеспособным. А если коэффициент является отрицательным, то устойчивость предприятия является минимальной – т.е. все оборотные и часть внеоборотных активов созданы за счет заемных средств.

Таким образом, в хлебопекарной промышленности наблюдается ряд негативных тенденций:

снижение объема производства хлебобулочных изделий;

значительный физический и моральный износ основных фондов;

низкий объем инвестиций;

низкая рентабельность продаж;

дефицит основных средств;

отсутствие маркетинговой стратегии предприятий [10].

В связи с вышеперечисленным хлебопекарная промышленность остро нуждается в нововведениях, создании благоприятной среды для активизации инвестиционных вложений в научно-исследовательскую и опытно-конструкторскую работу. При этом закладывать высокие потребительские качества продукции необходимо еще с посадочного материала и технологии выращивания зерна, включив в Госпрограмму развития сельского хозяйства особые разделы по стимулированию производства высококачественных сортов продовольственной пшеницы. Необходимо объединить усилия ученых-генетиков, селекционеров, семеноводов, производителей и переработчиков, государственных органов контроля качества продукции и потенциальных инвесторов по всей технологической цепочке: семена – зерно – мука – хлеб. Должна быть тесная связь между представителями государственной власти, бизнеса, отраслевой и вузовской науки, что приведет к повышению эффективности использования зерна, его глубокой переработки, обеспечению качества и безопасности хлебобулочной продукции. Необходимо создание от-

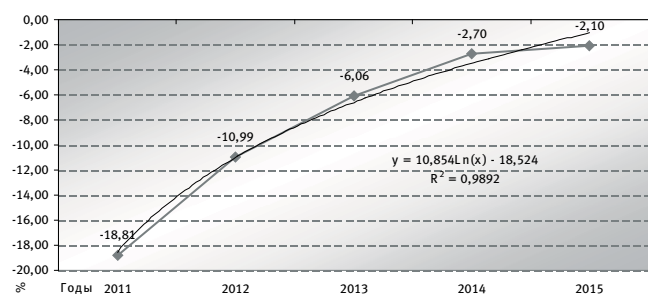


Рис. 5. Динамика коэффициента обеспеченности собственными оборотными средствами хлебопекарных предприятий России в 2011–2015 гг., % [12]



раслевой экспертной группы, в которую войдут представители ведущих хлебопекарных предприятий и которая будет влиять на содержание принимаемых нормативных актов, затрагивающих интересы всех участников хлебопекарной промышленности.

По мнению потребителей, отечественная продукция, в том числе хлебобулочная, нуждается в настоящее время в расширении ассортимента, пересмотре ценовой политики и улучшении состава [1, 3], т.к. потребитель при выборе товара принимает во внимание не только его цену, но и потребительские свойства, качество. Для каждого сегмента важны свои предпочтения в продукте. Для одного сегмента рынка нужен хлеб, произведенный по традиционной рецептуре, который покупатели знали с детства, а для другого сегмента – новый продукт в удобной упаковке.

Инновацией в упаковке для хлебобулочных изделий в ближайшей перспективе будет являться упаковка, изготовленная с привлечением антибактериальных материалов. Также все упаковочные материалы должны быть высокоэкологичными, а обычной практикой должна стать полная утилизация или переработка упаковки.

Без применения инноваций в производстве и логистике предприятию невозможно рассчитывать на рост занимаемой доли рынка и дополнительную прибыль. Современному предприятию остро необходимы качественное сырье и новый ассортимент, чтобы быть конкурентоспособным на российском рынке. Предприятия заменяют один ингредиент другим, совершенно новым уникальным компонентом, который нигде ранее не применялся, стараются получить свои оригинальные характеристики оборудования, которые изменят подход к выпечке, заморозке, охлаждению и упаковке.

Хлебопекарные предприятия умело используют инновации и лучший опыт производителей хлеба из других стран, при этом сохраняя все самое лучшее, что есть в российском хлебе. Так, например, недавно появились так называемые бесстрессовые системы для обработки теста с высокой влажностью. Они не подвергают тесто стрессу, «массируя» и «расслабляя» его, что позволяет получить более пористый продукт с открытой структурой.

На рынке хлеба доля продаж нетрадиционного хлеба неуклонно увеличивается, при этом продажи перераспределяются в сторону функциональных хлебов. Как следствие, требуются новые продукты, которые часто невозможно создать в условиях имеющегося «традиционного

процесса хлебопечения». Успешно с этой задачей справляются частные мини-пекарни. Такое развитие частного хлебопекарного производства связано еще и с развитием небольших сегментов рынка, в которых «модные» инновационные течения успешно применяются. Здесь новинки являются необходимостью, поскольку потребитель в данном сегменте часто меняет свои предпочтения.

Учитывая мировой опыт производства хлеба и пропаганду здорового питания в нашей стране, хлебопекарные предприятия должны выпускать разнообразные виды хлеба на основе ржаной муки, так как они богаты минеральными веществами и витаминами, менее калорийны, чем пшеничные изделия. В связи с этим необходимо увеличение объемов выпуска ржаной муки.

Ученые ряда стран установили, что хлеб из муки грубого помола и цельносмолотого зерна, который так популярен на Западе и в Скандинавских странах, является лечебным продуктом, уменьшающим риск ожирения, сахарного диабета, атеросклероза и других болезней. Поэтому производители, используя инновационные решения, предлагают большее разнообразие именно таких хлебобулочных изделий, в том числе с добавками других полезных компонентов (семян, зерен, сухофруктов). Однако в нашей стране технология производства ржаного и ржано-пшеничного хлеба нерентабельна, так как стоимость исходного сырья, электроэнергии, транспортные расходы и другие составляющие себестоимости хлеба увеличиваются быстрее, чем цена на хлеб. Поскольку хлеб – социальный продукт, то цена на него регулируется, и не всегда успевает изменяться в соответствии с ростом затрат для обеспечения необходимой нормы рентабельности. Поэтому российские производители ориентируют свое производство на более рентабельный ассортимент из сортовой пшеничной муки.

В таких условиях инновационным решением для хлебопекарного производства будет являться использование хлебопекарного оборудования с высокими технологическими возможностями, которое позволяет производить широкий ассортимент разнообразных хлебобулочных изделий из муки разных сортов высокого качества при сравнительно невысоких финансовых затратах. Данное оборудование делает изготовления продукции мобильным, быстро реагирующим на колебания спроса.

Назрела также необходимость увеличения объемов производства и пшеничной муки с витаминно-минеральными добавками, ди-



етических, диабетических, лечебно-профилактических и специального назначения хлебобулочных изделий для отдельных групп потребителей (детей, лиц, страдающих разными заболеваниями, имеющих определенные вкусовые предпочтения, спортсменов, придерживающихся «профессиональных» диет).

Таким образом, основными перспективными направлениями инновационного развития производства хлебобулочных изделий будут являться:

использование новых ингредиентов для улучшения качества изделий, что позволит сохранить свежесть готового продукта (оптимально 4–5 дней) – поскольку первичным импульсом для совершения покупки хлеба является его внешний вид, то свежесть и качество готового изделия являются главными параметрами при выборе товара покупателем;

внедрение новых подходов к позиционированию и маркетинговому сопровождению нового продукта – информация на упаковке является главным фактором к более успешному продвижению продуктов, полезных для здоровья, все упаковочные материалы должны быть высокоэкологичными, что позволит завоевать новый сегмент потребительского рынка;

применение инновационных технологических линий производства хлебобулочной продукции из ржаной и ржано-пшеничной муки, богатых минеральными веществами и витаминами – потребители в настоящее время особое внимание уделяют здоровому питанию, а ржаные и ржано-пшеничные хлеба в сознании покупателей всегда полезнее, чем хлеб пшеничный и им нужно точно знать, чем именно полезен хлеб, который они покупают;

развитие инноваций в направлении повышения выпуска и снижения брака сдобных и слоеных изделий, потребление которых увеличивается в последние 2–3 года – в этом направлении воплощаются все креативные решения технологов, предлагается огромное количество новых вкусов и начинок, смесей, обеспечивающих непохожую на традиционную структуру мякиша сдобы, сохраняющих свежесть и придающих объем;

разработка новых технологий, обеспечивающих взаимосвязь науки и производства, включая спектр фундаментальных и прикладных исследований – разработка, апробация и внедрение инновационных технологий производства и новых видов функциональной и лечебной хлебобулочной продукции.

Инновационным решением для предприятий хлебобулочной продукции станет разработка маркетинговой стратегии предприятий хлебопекарной промышленности. Маркетин-

говая стратегия позволит учитывать особенность хлебопекарной промышленности: несовпадение процесса производства и процесса потребления. Недостаточный уровень маркетингового обеспечения только в одном звене цепочки, включающей в себя исследование потребительского спроса и предложения товара в соответствии с нуждами потребителя, приводит к неудовлетворительному результату и существенно снижает эффективность бизнеса. Следовательно, роль маркетинговой стратегии в развитии хлебного производства заключается в том, что она может способствовать не только повышению качества выпускаемой продукции, расширению ассортимента и обновлению производства, но и внедрению новых форм управления, повышению имиджа предприятия и этики ведения бизнеса с целью максимального удовлетворения потребностей покупателей.

Наряду с этим одним из перспективных направлений инновационного развития отрасли хлебопечения может явиться активизация кластерной деятельности и формирование зернопродуктовых кластеров, обеспечивающих концентрацию производственных возможностей предприятий сферы производства, переработки и распространения продукции, а также обслуживания производственных процессов [8, 13]. Преимуществом кластера является включение в его состав различных научно-исследовательских организаций. Данная особенность позволяет организовать более тесное сотрудничество разработчиков с производственными предприятиями, что значительно ускоряет путь перспективных разработок от проекта до внедрения. Наличие контрактации позволяет разработчикам полнее изучить и достовернее узнать потребности производства, экономически обосновать проект и апробировать его на практике. Такая прозрачная и организованная система разработки и внедрения инноваций является действенным средством стимулирования развития научно-исследовательских и опытно-конструкторских работ и позволяет разработчикам свободнее привлекать венчурные инвестиции. Повсеместное развитие кластерной деятельности в зернопродуктовом подкомплексе позволит стабилизировать рынок, снизить транзакционные издержки, повысить эффективность и конкурентоспособность хлебопекарных предприятий а в итоге – повысить обеспеченность населения хлебобулочной продукцией.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Алешина Е.А., Голубева А.А. Влияние потребительских предпочтений на работу агропредприятий Саратовской области // Аграрная наука в XXI веке: проблемы и перспективы: сб. статей X Всерос. научн.-

практ. конф. / ФГБОУ ВО «Саратовский государственный аграрный университет им. Н.И. Вавилова»; под ред. И.Л. Воротникова. – Саратов, 2016. – С. 8–21.

2. Барковская Н.А., Минеева Л.Н. Государственное регулирование цен на продовольственные товары: проблемы и перспективы // Аграрный научный журнал. – 2015. – № 7. – С. 63–67.

3. Голубева А.А., Алешина Е.А. Агропредприятия региона: взгляд потребителей // Проблемы и перспективы развития сельского хозяйства и сельских территорий: сб. статей V Междунар. научн.-практ. конф. – Саратов, 2016. – С. 33–40.

4. Калинин Н. Н. Эволюция развития хлебопекарной отрасли в России и ее современное состояние // Экономика и современный менеджмент: теория и практика. – 2015. – № 54-55-2. – С. 119–127.

5. Максимова Е. М. Основные тренды хлебопекарного рынка // Хлебопечение/кондитерская сфера. – 2016. – № 1 (63). – С. 16–21.

6. Минеева Л. Н. Развитие альтернативных (несельскохозяйственных) видов деятельности на селе // Аграрный научный журнал. – 2014. – № 7. – С. 73–77.

7. Минеева Л. Н. Импортозамещение сельскохозяйственной продукции Саратовской области: опыт и перспективы развития // Проблемы и перспективы развития сельского хозяйства и сельских территорий: сб. статей V Междунар. научн.-практ. конф. / Министерство сельского хозяйства Российской Федерации, ФГБОУ ВО «Саратовский государственный аграрный университет им. Н.И. Вавилова»; ред. коллегия: И.Л. Воротников; В.В. Бутырин. – Саратов, 2016. – С. 72–76.

8. Организационно-экономическая модель агропромышленных кластеров в зернопродуктовом подкомплексе АПК Поволжья / А.А. Черняев [и др.]; ГНУ ПНИИЭО АПК. – Саратов, 2012. – 31 с.

9. Об утверждении отраслевой целевой программы «Развитие хлебопекарной промышленности Российской Федерации на 2014–2016 годы»: Приказ Министерства сельского хозяйства РФ от 19.03.2014 г. № 83 // СПС «Гарант».

10. Панищенко М. И., Губарьков С. В. Развитие хлебопекарной промышленности в России и ее современное состояние // Экономика и менеджмент инновационных технологий. – 2016. – № 6. – С. 95–100.

11. Третьяк Л.А., Алешина Е.А., Душевина Е.М. Диагностика корпоративной культуры предприятий пищевой промышленности Саратовской области // Политематический сетевой электронный научный журнал Кубанского государственного аграрного университета. – Краснодар: КубГАУ, 2016. – № 117. – С. 1060–1071. – Режим доступа: <http://ej.kubagro.ru/get.asp?id=5851&t=1> (дата обращения 15.03.2017).

12. Федеральная служба государственной статистики. – Режим доступа: <http://www.gks.ru> (дата обращения 09.02.2017).

13. Черняев А.А., Сердобинцев Д.В. Организационно-экономические аспекты формирования и функционирования агропромышленных кластеров в Поволжье // Экономика сельскохозяйственных и перерабатывающих предприятий. – 2013. – № 6. – С. 27–31.

Минеева Лариса Николаевна, канд. экон. наук, доцент кафедры «Маркетинг и внешнеэкономическая деятельность», Саратовский государственный аграрный университет имени Н.И. Вавилова. Россия.

Горбунов Сергей Иванович, д-р экон. наук, зав. кафедрой «Маркетинг и внешнеэкономическая деятельность», Саратовский государственный аграрный университет имени Н.И. Вавилова. Россия.

Васильева Елена Васильевна, д-р экон. наук, проф. кафедры «Маркетинг и внешнеэкономическая деятельность», Саратовский государственный аграрный университет имени Н.И. Вавилова. Россия.

410012, г. Саратов. Театральная пл., 1.

Тел.: (8452) 26-27-83.

Алешина Елена Александровна, канд. экон. наук, старший научный сотрудник Поволжского научно-исследовательского института экономики и организации АПК. Россия.

410010, г. Саратов, ул. Шехурдина, 12.

Тел.: (8452) 64-06-47.

Ключевые слова: инновации; инвестиции; хлебопекарная промышленность; хлебобулочные изделия.

PROSPECTS OF INNOVATIVE DEVELOPMENT OF BAKERY PRODUCTS PRODUCTION

Mineeva Larisa Nickolaevna, Candidate of Economic Sciences, Associate Professor of the chair "Marketing and Foreign Economic Activity", Saratov State Agrarian University named after N.I. Vavilov. Russia.

Gorbunov Sergey Ivanovich, Doctor of Economic Sciences, Professor, Head of the chair "Marketing and Foreign Economic Activity", Saratov State Agrarian University named after N.I. Vavilov. Russia.

Vasylyeva Elena Vasylyevna, Doctor of Economic Sciences, Professor of the chair "Marketing and Foreign Economic Activity", Saratov State Agrarian University named after N.I. Vavilov. Russia.

Aleshina Elena Aleksandrovna, Candidate of Economic Sciences, Senior Researcher, Volga Region Scientific Research Institute of Economy and the Organization of Agrarian and Industrial Complex. Russia.

Keywords: innovations investments; bakery industry; bakery products.

The modern state of production of bakery products is analyzed. It is recommended to introduce innovative technologies for improving the quality of baked products, improving the consumer properties of bread, increasing the return on resources, which will increase the competitiveness of enterprises in the market. According to the authors, in the bakery industry, enterprises should work towards updating the range, including expanding the range of dietary and preventive bakery products, improving the quality and flavor of products, implementing innovative projects. In addition, enterprises can be competitive in case of applying innovations in the production of non-traditional types of bakery products enriched with functional flavor additives. One of the possible directions of accelerated innovative development in the future will be the activation of integration processes based on the formation of grain-based clusters.

